



**PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
PADA MEMBERS DI PT. INTRA GOLFLINK RESORTS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Hubungan Masyarakat

Disusun Oleh:

YANTI KESUMAWATY
44206120044

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2011**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
PADA MEMBERS DI PT INTRA GOLFLINK RESORTS

Nama : Yanti Kesumawaty

NIM : 44206120044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 18 Januari 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. FARID HAMID, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
PADA MEMBERS DI PT INTRA GOLFLINK RESORTS

Nama : Yanti Kesumawaty

NIM : 44206120044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 30 Januari 2011

Mengetahui,

Ketua Sidang
Drs. A.Rahman, M.SI


(.....)

Penguji Ahli
Drs. Juwono Tri Atmojo, M.SI


(.....)

Pembimbing
Dr. Farid Hamid, M.SI


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN

Judul : PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
PADA MEMBERS DI PT INTRA GOLFLINK RESORTS

Nama : Yanti Kesumawaty

NIM : 44206120044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 5 Februari 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid, M.SI)

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.SI)

Ketua Bidang Studi

(Drs. Juwono Tri Atmojo, M.SI)

Kata Pengantar

Skripsi ini berangkat dari keinginan peneliti untuk mengetahui pentingnya citra perusahaan untuk mendorong laju pertumbuhan perusahaan dan mencapai *company bottom line* yaitu keuntungan perusahaan. Sebuah organisasi yang menawarkan jasa dan investasi, dukungan para anggota dan pengguna jasa mempunyai peranan yang sangat penting untuk memberikan referensi yang baik kepada masyarakat tentang perusahaan. Dengan merasakan layanan yang baik, tentunya akan memberikan kepuasan kepada pemilik dan pengguna jasa. Oleh karena itu diperlukan suatu perencanaan yang baik untuk membina hubungan antara perusahaan dengan anggotanya, agar tercipta saling pengertian dan hubungan yang saling menguntungkan. *Whole in one Membership* merupakan produk jasa yang menawarkan pelayanan dan juga keuntungan jangka panjang untuk membersnya.

Penelitian PR ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perusahaan menciptakan suatu hubungan yang saling menguntungkan antara members dengan perusahaan, melalui PR menjalankan tugas-tugasnya di perusahaan baik yang berkaitan dengan komunikasi maupun peran dan fungsinya dalam membangun citra perusahaan pada members.

Penulis skripsi banyak mengambil data dari wawancara mendalam dengan nara sumber kunci. Karena peneliti masih dalam tahap pembelajaran dan dikarenakan data-data disajikan dengan cara deskriptif, penulis menyadari banyaknya kekurangan dalam penelitian ini termasuk penarikan kesimpulan yang subyektif.

Hal pertama yang ingin penulis ucapkan dari selesainya skripsi ini adalah mengucapkan puji dan syukur kepada Allah, SWT atas kesehatan, kemudahan serta rejeki yang diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M, Si sebagai pembimbing penelitian atas saran-sarannya yang singkat, jelas, dan konstruktif.
2. Bapak. Juwono Tri Atdmojo, sebagai Ketua bidang Studi PR yang telah memberikan persetujuan pelaksanaan siding skripsi.
3. Seluruh dosen pengajar yang merelakan hari Sabtu dan Minggunya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, melalui upayanya meningkatkan mutu manusia melalui Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi atas jasa mereka dalam memberikan keterangan yang jelas, singkat, cepat, dan mempermudah segala prosedur bagi mahasiswa.
5. Bapak Agus Hermawan dan Saudari Windi rahayu beserta nara sumber wawancara lainnya, atas waktu yang diberikan dalam proses wawancara
6. Jajaran Manajemen PT. Intra GolfLink Resorts, yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bantuan dan kerja sama yang diberikan untuk penelitian ini.
7. Anak-anakku tersayang, Raihan dan Kania sebagai sumber inspirasi dan dorongan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibunda tercinta Hj. Nurdjiah dan seluruh kakak-kakak atas dukungan moral dan kasih sayangnya.
9. Teman dan sahabat terbaikku dodo, atas bantuannya hingga skripsi ini diselesaikan.

Akhir kata seluruh upaya ini dilakukan untuk mewujudkan cita-cita dari almarhum suamiku yang telah berpulang pada tanggal 10 Agustus 2006, semoga Allah memberikan tempat yang terbaik di Sisi-Nya. Amin.

Jakarta, 18 Januari 2010,
Yanti Kesumawaty
Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
1.3.1. Manfaat Akademis.....	10
1.3.2. Manfaat Praktis Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Public Relations.....	11
2.1.1. Pengertian Public Relations.....	11
2.1.2. Tujuan Kegiatan Public Relations	13
2.2. Public Relations dalam Komunikasi	15
2.2.1. Komunikasi Public Relations	15
2.2.2. Proses Komunikasi Public Relations	17
2.2.3. Public Relations dalam Komunikasi Organisasi	20
2.3. Peran dan Fungsi Public Relations	24
2.3.1. Fungsi Manajemen	24
2.3.2. Peran Public Relations	27
2.3.3. Fungsi – Fungsi Public Relations	29
2.3.4. Fungsi Internal dan Eksternal PR	31
2.4. Publik PR	32
2.5.1. Pengertian Public	32
2.5.2. Pembagian Group Public	33
2.5. Citra Perusahaan	34
2.5.1. Pengertian Citra	34
2.5.2. Tahapan Pencitraan	37
2.5.3. Titik Pembangkit Citra	38
2.6. Persepsi	40
2.7. Perilaku	41
2.8. Identitas (Corporate Identity)	42
2.9. Pemegang Saham	42
2.9.1. Asas Komunikasi Pemegang Saham	43
2.9.2. Media Komunikasi dengan Pemegang Saham	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Tipe penelitian.....	46
3.2. Metode penelitian.....	46
3.3. Definisi Konsep	47
3.3.1. Peran PR	48
3.3.2. Fungsi PR	48
3.4. Fokus Penelitian	48
3.4.1. Peran PR	48
3.4.2. Fungsi PR	49
3.5. Nara sumber (Key Informant)	50
3.6. Teknik Pengumpulan Data	50
3.7. Teknik Analisa Data	52
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum PT. Intra GolfLink Resorts	54
4.1.1. Sejarah Perusahaan	54
4.1.2. Whole In One Membership	57
4.2. Hasil Penelitian	60
4.2.1. Identifikasi PR di Perusahaan	61
4.2.2. Fungsi Public Relations yang Dijalankan	65
4.2.3. Peran Public Relations dalam Pembentukan Citra	75
4.3. Pembahasan	79
4.3.1. Peran dan fungsi PR dalam Membangun citra perusahaan pada members	79
4.3.2. Program Pencitraan	83
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
5.2.1. Saran akademis.....	88
5.2.2. Saran praktis	88
 DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Struktur Perusahaan	55
Gambar 4.2 : Konsep Perusahaan	56
Gambar 4. 3 : Artikel Investasi PT. Intra GolfLink Resorts	57
Gambar 4.4 : Whole In One Membership Concept	58
Gambar 4.5 : Struktur Organisasi PT. Intra GolfLink Resorts	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Hasil Wawancara dengan PR and Marcom Manager.....	91
Lampiran 2	: Hasil Wawancara dengan Staf Finance	94
Lampiran 3	: Liputan Media tentang The Nature Of Golf	97
Lampiran 4	: Memo Internal Tanggal 15 April 2009	98
Lampiran 5	: Minutes Of Meeting Tanggal 24 Mei 2009	99
Lampiran 6	: Advertising PR di media cetak untuk renovasi lapangan golf Palmhills, Sentul	100
Lampiran 7	: Bahan Presentasi PR	101
Lampiran 8	: Pers Release	112
	8.1. Siaran pers New Kuta Golf Bali mendapat sertifikasi Laurete Course dari IGOLF	114
	8.2. Siaran Pers IGR MEluncurkan rangkaian produk Membership dan investasi	116
Lampiran 9	: Publikasi, Majalah SWA.....	119



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

JUDUL:
PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
PADA MEMBERS DI PT. INTRA GOLFLINK RESORTS

(89 halaman, 9 lampiran, bibliografi 12 buku)

ABSTRAKSI

Fungsi dan peran humas dalam perusahaan mempunyai *goals* untuk mendapatkan citra positif perusahaan. Untuk menghasilkan citra yang kuat maka Persepsi, Realitas dan citra harus dibangun dengan fondasi kredibilitas. Dengan citra positif sebuah perusahaan akan mudah menempati hati publiknya.

Whole In One Membership merupakan keanggotaan golf yang menawarkan investasi dan keuntungan jangka panjang kepada membersnya. Members merupakan pelanggan yang merupakan kelompok eksternal yang terpenting dalam perusahaan untuk mendorong dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Sehingga PR perlu membangun citra perusahaan members.

Tinjauan pustaka yang digunakan meliputi konsep dasar komunikasi, humas, penjabaran peran dan fungsi humas, citra perusahaan, dan program pencitraan humas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus karena penelitian dilakukan untuk memberikan makna dibalik data yang tampak dimana interaksi sosial dipelajari dan diurai.

Hasil penelitian membahas bagaimana peran dan fungsi PR yang dijalankan untuk membangun citra perusahaan pada members, proses komunikasi yang dilakukan, media yang digunakan serta bagaimana PR membuat suatu program pencitraan pada members. Dari hasil penelitian, komunikasi PR merupakan komunikasi pemasaran, tugasnya adalah sebagai support divisi marketing dan fungsinya untuk membantu meningkatkan penjualan dan round. Fungsi PR belum difokuskan untuk membangun citra perusahaan pada members, informasi PR belum sesuai dengan kebutuhan members akan informasi tentang perusahaan. Belum adanya program pencitraan yang didasari oleh data-data tentang persepsi members tentang perusahaan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa membina hubungan baik dengan members, memenuhi harapan members atas informasi mengenai perusahaan, untuk mendapatkan citra yang baik dari members mutlak dilakukan oleh perusahaan, agar harapan dan tujuan perusahaan dapat terpenuhi.